

中国4k电视产业发展格局与盈利战略研究报告（2014-2019）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国4k电视产业发展格局与盈利战略研究报告（2014-2019）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/dianshi/187831187831.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

电视的更新率在家电圈算是惊人的，继3D电视，智能电视后，“超高清、超大屏”的4K电视，也在2012年下半年浮出水面，成为颇具争议的高端电视产品。

4K电视无疑是2013年家庭电视最热的话题。索尼、三星、东芝和LG等公司竞相推出4K超高清电视。索尼日前在上海正式发布了2013年春季BRAVIA电视新品，新品中包括2款大尺寸的4K超高清电视，以及覆盖完整细分市场的1080P新品。4K电视给电视画质带来了质的提升，带给用户更好的使用体验，但同时面临价格高、片源少等发展障碍。随着技术的不断提升，越来越多的新技术也会加入到4K电视，4K电视将获得进一步的发展。

4K俨然已成为传统电视行业下一轮技术升级的标杆，彩电厂商竞相推出4K电视，从而让这一新电视技术成为2013年的热点话题之一。从2013年1月的CES展会上我们就可以提前感受到4K的热度，包括LG、夏普、索尼、松下、康佳和海信等诸多国内外知名家电厂商都有涉及4K电视的产品展出，其中一些机型已经上市销售，一时间4K成为了关注的焦点。索尼、LG、三星等都积极推动这项技术，东芝、索尼等日本品牌商以及中国彩电品牌商等也在陆续做这项技术布局，台湾友达和群创等面板供应商已经排定UHD面板的量产时间，整个显示产业供应链都开始投身于4K电视。各大彩电厂商竞相布局4K电视，以抢先占据大份额的消费市场。

2013年的4K市场如此火爆，2014年将成为4K电视的爆发年，预计2014年国内4K电视的销量将超过600万台，全球将达到1400-1600万台。

回顾2013年，4K电视无疑是电视行业的主角。国内外各大电视厂商都将4K产品定位为2013年的战略产品，铆足全力进行了相关的推广。中国电子视像行业协会和中国电子商会等各大行业机构也都将2013年电视行业的论坛主题定为对4K产品的探讨。在市场表现方面，4K电视零售量规模预测及渗透率报告中显示，中国地区2013年4K电视的市场规模已达90万台，到2015年其市场规模将迅速增至1650万台，市场渗透率将达到35%。

中国报告网发布的《中国4k电视产业发展格局与盈利战略研究报告（2014-2019）》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一部分 4K电视行业发展现状

第一章 2013-2014年全球4K电视产业发展分析 1

第一节 国外4K电视节目业发展要素分析 1

一、政策环境和历史背景 1

二、资本运营 2

三、经营理念 3

四、新产品开发 3

五、产权保护 4

第二节 全球4K电视产业发展分析 4

一、欧债危机对4K电视的影响 4

二、2013-2014年美国4K电视市场分析 5

三、2013-2014年英国4K电视发展分析 5

四、2013-2014年俄罗斯4K电视发展分析 6

五、2013-2014年澳大利亚4K电视分析 6

六、2013-2014年法国4K电视的发展分析 7

七、2013-2014年日本4K电视的发展分析 7

八、日本有望在2014年7月推出4K电视服务 8

第三节 西方4K电视产业走势分析 9

一、内容为王 9

二、全媒体争夺战 10

第二章 中国4K电视产业发展现状 11

第一节 4K电视产业发展概况 11

一、4K电视发展概况 11

二、4K电视发展的新方式 18

三、4K电视渐成市场热点，内容仍是普及短板 20

四、媒体竞合下的4K电视业前景分析 22

第二节 2013-2014年4K电视产业发展现状 24

一、2013-2014年4K电视市场分析 24

二、创维打响4K电视普及战 25

三、2013年成4K电视元年 26

四、智能电视开打4K大战 27

五、4K电视品牌价值的市场解析 28

第三节 4K电视价格分析 30

一、2012年4K电视价格分析 30

- 二、2013年4K电视价格下降的原因分析 30
- 三、2014-2020年4K电视价格发展趋势分析 30

第三章 2013-2014年中国4K电视产业链分析 32

第一节 4K电视发展现状与格局 32

- 一、3D电视对4K电视影响 32
- 二、2013年4K电视实践亮点分析 32
- 三、2013-2014年中国电视市场发展现状 33
- 四、2013-2014年中国4K电视发展现状 35
- 五、广播电视新媒体的发展情况 36

第二节 4K电视发展预测 37

- 一、2014年中国4K电视用户规模预测 37
- 二、2014年中国4K电视市场销量预测 38
- 三、2014-2020年中国4K电视市场消费需求预测 39

第三节 中国4K电视产业链结构 39

- 一、4K电视的价值链 39
- 二、中国电视剧产业价值链分析 40
- 三、2013-2014年4K电视“一头一尾”产业链分析 41

第四节 4K电视片源发展情况 42

- 一、4K电视片源供应状况分析 42
- 二、4K电视片源的需求量分析 43
- 三、4K电视片源对4K电视产业的影响 43
- 四、2014-2020年4K电视片源发展趋势 43

第四章 影响中国4K电视产业发展因素 45

第一节 有利因素分析 45

- 一、4K电视的优势分析 45
- 二、体制改革与消费升级因素 47

第二节 不利因素分析 49

- 一、进入威胁因素 49
- 二、替代产品压力 49
- 三、买方侃价能力 50
- 四、供方侃价能力 50
- 五、法律政策因素 51
- 六、人力资本因素 52

七、现有竞争对手的竞争 53

第三节 网络多媒体对4K电视的影响 54

一、发挥4K电视优势分析 54

二、4K电视数字化原则 55

三、未来10年新技术对4K电视的影响 55

第五章 2013-2014年4K电视产业渠道分析 56

第一节 2013年国内4K电视产品的营销模式 56

第二节 4K电视行业国际化营销模式分析 57

第三节 2013年国内4K电视产品生产及销售投资运作模式分析 59

一、国内生产企业投资运作模式 59

二、国内营销企业投资运作模式 59

三、外销与内销优势分析 61

第六章 2013-2014年4K电视行业相关产业分析 64

第一节 4K电视行业产业链概述 64

第二节 4K电视行业上游运行分析 67

一、4K电视行业上游介绍 67

二、4K电视行业上游发展状况分析 68

三、4K电视行业上游对4K电视行业影响力分析 70

第三节 4K电视行业下游运行分析 71

一、4K电视行业下游介绍 71

二、4K电视行业下游发展状况分析 71

三、4K电视行业下游对4K电视行业影响力分析 71

第二部分 4K电视行业竞争格局

第七章 4K电视行业竞争分析 72

第一节 4K电视竞争状况 72

一、网络媒体对4K电视的冲击 72

二、2012年3D电视与4K电视竞争格局 74

三、2012-2013年4K电视与4K电视的竞争 75

第二节 电视传媒竞争的方向分析 76

一、媒体后时代的发展 76

二、电视竞争新格局 78

三、媒体后时代的生存法则 79

四、4K电视的竞争力 84

第三节 省级卫视竞争分析 85

一、我国省级卫视的市场竞争环境分析 85

二、省级卫视竞争格局分析 90

三、2013年省级卫视全国收视分析 92

四、2013年各地晚间黄金段电视剧收视率 93

第四节 2013-2014年中国4K电视行业竞争分析及预测 94

一、2013年4K电视市场竞争情况分析 94

二、2013年4K电视市场竞争形势分析 94

三、2014-2020年集中度分析及预测 95

四、2014-2020年SWOT分析及预测 95

五、2014-2020年进入退出状况分析及预测 96

六、2014-2020年生命周期分析及预测 96

第八章 4K电视企业竞争策略分析 98

第一节 4K电视市场竞争策略分析 98

一、2013年4K电视市场增长潜力分析 98

二、2013年4K电视主要潜力项目分析 98

三、现有4K电视竞争策略分析 98

四、4K电视潜力项目竞争策略选择 98

五、典型企业项目竞争策略分析 99

第二节 4K电视企业竞争策略分析 99

一、欧债危机对4K电视行业竞争格局的影响 99

二、欧债危机后4K电视行业竞争格局的变化 99

三、2014-2020年我国4K电视市场竞争趋势 99

四、2014-2020年4K电视行业竞争格局展望 100

五、2014-2020年4K电视行业竞争策略分析 100

六、2014-2020年4K电视企业竞争策略分析 100

第九章 国内外4K电视重点企业分析 102

第一节 三星 102

一、基本概况 102

二、竞争优势分析 105

三、2013-2014年经营状况 108

四、2014-2020年发展战略 109

第二节 索尼 110

- 一、基本概况 110
- 二、竞争优势分析 112
- 三、2012-2013年经营状况 113
- 四、2014-2020年发展战略 117

第三节 东芝 119

- 一、基本概况 119
- 二、竞争优势分析 123
- 三、2012-2013年经营状况 125
- 四、2014-2020年发展战略 127

第四节 LG 127

- 一、基本概况 127
- 二、竞争优势分析 129
- 三、2012-2013年经营状况 131
- 四、2014-2020年发展战略 135

第五节 夏普 136

- 一、基本概况 136
- 二、竞争优势分析 140
- 三、2013-2014年经营状况 141
- 四、2014-2020年发展战略 144

第六节 TCL集团 144

- 一、基本概况 144
- 二、竞争优势分析 145
- 三、2013-2014年经营状况 147
- 四、2014-2020年发展战略 155

第七节 四川长虹 157

- 一、基本概况 157
- 二、竞争优势分析 158
- 三、2013-2014年经营状况 159
- 四、2014-2020年发展战略 166

第八节 康佳集团 168

- 一、基本概况 168
- 二、企业竞争优势分析 171
- 三、2013-2014年经营状况 172
- 四、2014-2020年发展战略 178

第九节 海信电视 180

- 一、基本概况 180
- 二、竞争优势分析 180
- 三、2013-2014年经营状况 181
- 四、2013-2014年经营状况 188

第十节 创维集团 189

- 一、基本概况 189
- 二、企业竞争优势分析 190
- 三、2014-2018企业经营状况分析 191
- 四、2014-2018企业发展战略分析 195

第十一节 海尔集团 197

- 一、基本概况 197
- 二、企业竞争优势分析 198
- 三、2014-2018企业经营状况分析 199
- 四、2014-2018企业发展战略分析 207

第十章 2013-2014年中国4K电视区域发展透析 212

第一节 东北地区 212

- 一、辽宁 212
- 二、吉林 212

第二节 华北沿海地区 212

- 一、北京 212
- 二、天津 213
- 三、河北 213
- 四、山东 213

第三节 黄河中游地区 213

- 一、河南 213
- 二、山西 214
- 三、陕西 214
- 四、内蒙古 214

第四节 华东沿海地区 215

- 一、上海 215
- 二、江苏 215
- 三、浙江 216

第五节 华南沿海地区 216

一、福建 216

二、广东 216

三、广西 217

第六节 长江中游地区 218

一、湖北 218

二、湖南 218

三、江西 218

四、安徽 219

第七节 西南地区 219

一、重庆 219

二、四川 219

三、贵州 220

四、云南 220

第八节 西北地区 220

一、甘肃 220

二、青海 221

三、宁夏 221

第三部分 4K电视行业前景预测

第十一章 中国4K电视产业趋势分析 222

第一节 2013年4K电视产业发展趋势 222

一、中国电视传媒发展的方向分析 222

二、2011-2013年4K电视发展趋势 223

三、2014年电视广告形势的预测 223

四、“十二五”广电行业规划及影响 225

第二节 4K电视产业走向分析 228

一、电视传媒产业动力机制 228

二、电视节目创新趋势 231

三、电视节目策划趋势 233

四、电视新闻发展趋势 234

第三节 4K电视产业运行趋势 238

一、传播趋势 238

二、运营的创新 238

三、营销方式 239

四、产业链模式 239

五、开展业务策略 240

六、节目体系的创新 240

第四节 中国4K电视的转型与创新 242

一、影响4K电视转型的因素 242

二、4K电视转型的内涵 244

第十二章 4K电视行业发展趋势预测 245

第一节 2014-2020年4K电视市场趋势分析 245

一、2013-2014年4K电视市场总结 245

二、2014-2020年4K电视发展趋势分析 246

三、2014-2020年4K电视市场发展空间 247

四、2014-2020年4K电视产业政策趋向 248

五、2014-2020年4K电视价格走势分析 249

第二节 2014-2020年4K电视市场预测 252

一、2014-2020年4K电视市场结构预测 252

二、2014-2020年4K电视市场需求前景 253

三、2014-2020年4K电视市场价格预测 254

四、2014-2020年4K电视行业集中度预测 255

第四部分 4K电视行业投资战略研究

第十三章 4K电视行业投资现状分析 256

第一节 2013-2014年4K电视行业投资情况分析 256

一、2013年总体投资及结构 256

二、2013年投资规模情况 256

三、2013年投资增速情况 256

四、2013年分行业投资分析 256

五、2013年分地区投资分析 256

六、2013年外商投资情况 257

第二节 2014年一季度4K电视行业投资情况分析 257

一、2014年一季度总体投资及结构 257

二、2014年一季度投资规模情况 257

三、2014年一季度投资增速情况 257

四、2014年一季度分地区投资分析 258

五、2014年一季度外商投资情况 258

第十四章 4K电视行业投资环境分析 259

第一节 经济发展环境分析 259

- 一、2013-2014年我国宏观经济运行情况 259
- 二、2014-2020年我国宏观经济形势分析 272
- 三、2014-2020年投资趋势及其影响预测 275

第二节 政策法规环境分析 277

- 一、2013年4K电视行业政策环境 277
- 二、2013年4K电视评判依据出台 277
- 三、2013年国内宏观政策对其影响 278
- 四、2013年行业产业政策对其影响 279

第三节 社会发展环境分析 280

- 一、国内社会环境发展现状 280
- 二、2013年社会环境发展分析 281
- 三、2014-2020年社会环境对行业的影响分析 289

第十五章 4K电视行业投资机会与风险 290

第一节 4K电视行业投资效益分析 290

- 一、2013-2014年4K电视行业投资状况分析 290
- 二、2013-2014年4K电视行业投资效益分析 290
- 三、2014-2020年4K电视行业投资趋势预测 290
- 四、2014-2020年4K电视行业的投资方向 290
- 五、2014-2020年4K电视行业投资的建议 292
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析 293

第二节 影响4K电视行业发展的主要因素 293

- 一、2014-2020年影响4K电视行业运行的有利因素分析 293
- 二、2014-2020年影响4K电视行业运行的稳定因素分析 294
- 三、2014-2020年影响4K电视行业运行的不利因素分析 296
- 四、2014-2020年我国4K电视行业发展面临的挑战分析 296
- 五、2014-2020年我国4K电视行业发展面临的机遇分析 297

第三节 4K电视行业投资风险及控制策略分析 297

- 一、2014-2020年4K电视行业市场风险及控制策略 297
- 二、2014-2020年4K电视行业政策风险及控制策略 299
- 三、2014-2020年4K电视行业经营风险及控制策略 299
- 四、2014-2020年4K电视同业竞争风险及控制策略 301
- 五、2014-2020年4K电视行业其他风险及控制策略 301

第十六章 4K电视行业投资战略研究 307

第一节 4K电视行业发展战略研究 307

一、战略综合规划 307

二、技术开发战略 307

三、区域战略规划 310

四、产业战略规划 320

五、营销品牌战略 322

六、竞争战略规划 324

第二节 对4K电视品牌的战略思考 327

一、企业品牌的重要性 327

二、4K电视实施品牌战略的意义 328

三、4K电视企业品牌的现状分析 331

四、4K电视企业的品牌战略 332

五、4K电视品牌战略管理的策略 335

第三节 4K电视行业投资战略研究 337

一、2013年电视行业投资战略 337

二、2013年4K电视行业投资战略 338

三、2014-2020年4K电视行业投资战略 339

四、2014-2020年细分行业投资战略 341

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianshi/187831187831.html>